

Mujeres informadas y desinformadas; mujeres comunicadas e incomunicadas. Trazabilidad, posverdad, desinformación y fake

ENG Informed and Misinformed Women; Connected and Isolated Women. Traceability, Post-Truth, Disinformation, and Fake News

Dr. Ignacio Moreno Segarra

Universidad Complutense de Madrid, España 

Dña. Ana Pinto Martinho

Instituto Universitário de Lisboa, Portugal 

Dra. Susana Santos 

ISCTE-IUL, CIES, NOVA Law School, CEDIS.

<https://dx.doi.org/10.5209/infe.103038>

Desde las elecciones norteamericanas de 2016, que dieron la presidencia a Donald Trump, se ha producido una creciente preocupación por la presencia de noticias y discursos falsos en nuestra esfera pública, que ha recibido el nombre de posverdad, un fenómeno relacionado básicamente con el auge del populismo y el capitalismo informativo digital. Este ambiente de des prestigio de la *factualidad* tiene un importante componente de género, especialmente porque los principales debates en torno a las *fake news* versan sobre los límites de la epistemología en la época contemporánea, especialmente, quién puede construir conocimiento y qué podemos entender por un conocimiento sólido.

Este hecho ha situado a los discursos feministas en una encrucijada que es esencial abordar para señalar ciertas estrategias contemporáneas de descrédito y reacción. Según Budgeon (Budgeon, 2021), las dinámicas de la posverdad se entrecruzan con las cuestiones de género a través de dos recursos retóricos principales. El primero sostiene que las democracias privilegian a las mujeres en detrimento de los hombres, quienes serían supuestamente discriminados por las medidas gubernamentales. El segundo plantea que el feminismo “promueve una narrativa de género construida socialmente” que subvierte el orden natural y que estaría fomentado por las élites (p. 255). Sobre este tipo de discursos emocionales, sentidos más que comprobados, se asienta una parte importante de la violencia machista online, de la conocida como *manosfera* (Franco & Bernárdez, 2023).

1. “Hermana yo sí te creo”: factualidad, feminismo y credibilidad en tiempos de posverdad.

Una de las soluciones clásicas al auge de las *fake news* es recurrir a la trazabilidad en una conocida frase que dice: “dato (frío) mata a relato (sentimental)” y que autores como Fuchs han denominado como la salida tecnocrática o neopositivista (Fuchs, 2017). Si bien no podemos negar el valor de la veracidad de los datos en nuestra esfera pública y especialmente en temas sobre los que se construye las guerras culturales contemporáneas, no podemos señalar el difícil encaje que tiene ese recurso en los discursos feministas. Miranda Fricker (Fricker, 2007) en su rompedor ensayo sobre la desigualdad epistémica señala que las mujeres han sido consideradas sujetos de menor valor a la hora de construir conocimiento. Relacionado con ese punto se encuentra la injusticia testimonial, que haría referencia a la falta de credibilidad de un sujeto conocedor debido a un prejuicio identitario sobre su competencia basado en su género, clase social o etnia. Las mujeres han sido consideradas, junto a otros colectivos, sujetos subalternos a la hora de construir conocimiento y han sufrido las consecuencias de las *fake news* desde tiempos inmemoriales. No existe, por lo tanto, un pasado mítico en el que las mujeres hayan sido tratadas con equidad en una esfera pública cohesionada.

Junto a ello, Shelley Budgeon (Budgeon, 2021, 2022) destaca cómo el feminismo ha cuestionado el concepto de “verdad” neutral, universal y masculina, proponiendo alternativas como las teorías del conocimiento situado (Haraway, 1988), las teorías del punto de vista (Harding, 1992) y el activismo basado en la experiencia personal, desde los grupos de autoconsciencia hasta movimientos como #MeToo. Estas perspectivas nos invitan a replantear nuestra relación con la factualidad. La labor de la periodista Cristina Fallarás a través de redes sociales y en movimientos como #Cuéntalo, #SeAcabó o su reciente recuento de violencias machistas en *No publique mi nombre* plantean los límites de la factualidad, de la diferencia entre denuncia y

testimonio y de la necesidad de canalizar esas historias (Fallarás, 2024) sin necesidad de una trazabilidad que muchas veces es utilizada para desacreditar a las víctimas, tanto en la comisaría como en la academia. No podemos olvidarnos que, como veremos en el siguiente párrafo, muchos de los discursos posverdad asocian la objetividad a la masculinidad blanca como una herramienta para expulsar a las mujeres y las minorías de la esfera pública (Galpin & Vernon, 2023).

2. El descrédito de las verdades feministas

Tal y como veímos anteriormente, uno de los principales objetivos de las dinámicas de posverdad en los discursos populistas de derechas es el ataque al conocimiento experto, lo que tiene una clara lectura de género, ya que o bien se ataca al feminismo como corpus de conocimiento o se ataca a las expertas en tanto que mujeres (Harsin, 2018). Los estudios feministas y de género llevan décadas sufriendo ataques por parte de los discursos del machismo populista, señalando a esos conocimientos como ideologizados, oscuros, elitistas o en contra del sentido común; apuntando incluso cómo pueden ir en contra de las "mujeres ordinarias".

En esa línea, se intenta silenciar y desprestigar la autoridad profesional de las mujeres en ámbitos como el académico, el periodístico, la política o el activismo en redes sociales. Distintas autoras señalan cómo para la prensa neoconservadora (Read, 2018), la universidad es descrita en términos explícitamente femeninos, es decir, blanda, sentimental, falsa frente al "mundo real" dominado por los datos objetivos o una serie de contra-conocimientos que son diseminados por youtubers o tiktokers extremistas (Ylä-Anttila, 2018).

Ese panorama de renovada autoridad patriarcal que permite el régimen de posverdad, las feministas son acusadas de propagar conocimientos parciales, noticias o denuncias falsas o experiencias no contrastadas judicialmente, como en el caso de #Cuéntalo. A través de esos fenómenos podemos comprobar como los discursos posverdad pueden funcionar como un modo de control sobre qué ideas sobre género, sexualidad o raza pueden aparecer en la esfera pública.

3. El auge de la mentira tecnológica

La transformación que ha producido el abaratamiento de las tecnologías de Inteligencia Artificial y la necesidad de repensar ese fenómeno sin caer en pánicos mediáticos, complican la encrucijada anterior, especialmente por el modo en que estos mecanismos ahondan en la sensación de fragmentación y posverdad al tiempo que reifican las concepciones más clásicas de la factualidad. Frente a la autoridad de los fríos datos de la IA, D'Ignazio y Klein señalan como la visualización de datos es siempre un acto político (D'Ignazio & Klein, 2023). De hecho, distintos estudios señalan el sesgo de género de la IA al mostrar estereotipos de líderes (Newstead et al., 2023) o al ayudarnos en nuestras compras online (Ahn et al., 2022) en un fenómeno conocido como stochastic parroting (papagayo estocástico) que consiste en repetir estructuras comunes sin analizarlas en profundidad (Salah Boussen et al., 2023). Debido a ello, el resultado de tecnologías como ChatGPT es la de presentar esquemas fuertemente establecidos en nuestra cultura, lo que tiene una clara lectura de género.

Una de las primeras preocupaciones feministas con respecto al tema de las IA generativa ha sido el uso de las *deepfakes*, cuyo origen y uso más general se centra en superponer el rostro de celebridades en el cuerpo de actrices porno (Paris & Donovan, 2019). Esta práctica según Sarah Banet-Weiser es especialmente dañina por la cosificación del cuerpo femenino, la falta de consentimiento y la capacidad de subrayar los regímenes de desinformación al ser imágenes creadas sobre el contrato de veracidad que establecemos con la imagen en movimiento (Banet-Weiser, 2021).

Este tipo de tácticas, unidas a otras campañas de desinformación, desde el ataque a las mujeres de la industria del videojuego en el Gamergate hasta las campañas de difamación al Ministerio de Igualdad, nos hablan de las políticas de silenciamiento misóginas en unas plataformas desreguladas, masculinizadas y en casos como X (anteriormente Twitter) guiadas por una clara agenda política reaccionaria. En un panorama en el que, según determinadas encuestas, un 85% de la población española prefiere informarse a través de redes sociales (Youplanet, 2023) y en el que, dentro de ellas, se fomentan los contenidos ideológicamente extremos, ya que estos generan mayor tráfico y beneficios económicos, debemos repensar cómo los discursos misóginos impactan en la esfera pública. Si, tal como dice Sarah Banet-Weiser, esta posverdad más que ser una ruptura contemporánea del régimen de autoridad, es una muestra más del descrédito histórico de las mujeres y un síntoma del modo en el que la misoginia está inscrita en nuestra vida cotidiana.

4. De la necesidad detectada a la acción

Este monográfico reúne una decena de artículos que, desde perspectivas y metodologías diversas, suponen avances notables en la investigación, la teoría y la metodología en torno a la representación de género, la comunicación mediática y las transformaciones sociales contemporáneas. El conjunto refleja la vitalidad de los estudios de género y medios, así como la capacidad de estos enfoques para iluminar fenómenos actuales y proponer nuevas rutas de análisis. Los trabajos abordan desde la representación del parto en la ficción serial hasta el impacto de campañas de sensibilización contra la violencia de género en redes sociales, pasando por el análisis de la recepción del infohumor televisivo, la mediatización del consentimiento y la rabia feminista, los estereotipos de la prostitución en la ficción, y la evolución de la imagen de la mujer en la publicidad española tras dos décadas de legislación y revolución digital.

En el análisis de la representación del parto en la ficción serial, se constata la persistencia de la ausencia y la mediación en la puesta en escena de este momento clave de la experiencia femenina. El estudio de más

de 236 series anglosajonas entre 2001 y 2023 revela que el parto sigue siendo mayoritariamente medicalizado, el cuerpo de la mujer representado como pasivo y la cesárea apenas mostrada. El caso de la serie *Dead Ringers* se erige como ejemplo de ruptura, al mostrar el parto de forma explícita y reivindicar la agencia de las mujeres, lo que supone un avance en la visibilización de experiencias tradicionalmente silenciadas y una aportación metodológica al combinar análisis cuantitativo y cualitativo del contenido.

El artículo sobre la recepción del infohumor televisivo español introduce una perspectiva innovadora al explorar las diferencias de género y generación en la apreciación de formatos como *El Intermedio* y *Todo es mentira*. A través de grupos de discusión, se revela que las mujeres valoran más estos formatos, buscan en ellos información y desconexión, y son más críticas y tolerantes que los hombres, quienes tienden a vetar su visionado en el entorno doméstico. Este estudio aporta una metodología cualitativa robusta al campo de los estudios de recepción y evidencia cómo la construcción de la audiencia es un proceso atravesado por el género, la edad y las dinámicas de poder en el hogar.

La investigación sobre el caso Rubiales ofrece un avance teórico al aplicar el Análisis Crítico del Discurso feminista a la cobertura del beso no consentido a Jennifer Hermoso. El artículo desentraña cómo los principales medios digitales españoles construyen la inteligibilidad del consentimiento y la rabia feminista, diferenciando entre medios conservadores y progresistas. Se introduce el concepto de injusticia afectiva y se operacionalizan ejes discursivos que permiten analizar la mediatisación de la violencia sexual y la agencia de las víctimas, contribuyendo a la renovación metodológica y conceptual en los estudios de comunicación y género.

El análisis de los estereotipos de la prostitución en la serie *Sky Rojo* aporta una mirada crítica sobre la representación audiovisual de la prostitución, identificando la persistencia de estereotipos y la tensión entre la romantización y la denuncia de la violencia estructural. La investigación combina análisis textual de diálogos, vestuario y tramas con revisión bibliográfica, mostrando cómo la ficción puede tanto reproducir como cuestionar imaginarios sociales, y abriendo nuevas vías para el estudio de la representación de colectivos vulnerables en los medios.

El estudio sobre la evolución de la representación femenina en la publicidad española tras veinte años de la LOVG y la irrupción de Facebook destaca el impacto dual de la legislación y las redes sociales. La LOVG supuso un hito al definir y sancionar la publicidad sexista, mientras que Facebook y otras plataformas digitales han amplificado tanto la denuncia como la difusión de contenidos discriminatorios. Se aporta un marco analítico que combina verificación legislativa, análisis crítico del discurso y estudio de casos paradigmáticos, incluyendo la emergencia del *femvertising* como estrategia de empoderamiento y sus límites en la economía de la atención.

Finalmente, el artículo sobre campañas de sensibilización contra la violencia de género en redes sociales y políticas públicas en Iberoamérica durante la pandemia de Covid-19 demuestra cómo la crisis sanitaria aceleró la innovación en comunicación institucional y activismo digital. El análisis de campañas gubernamentales y de emprendimiento social revela la integración de nuevos lenguajes digitales, el uso estratégico de hashtags y la colaboración entre sectores público y privado para apoyar a las víctimas. Se propone una metodología de análisis cualitativo de mensajes, creatividad y políticas públicas, evidenciando la capacidad de las redes sociales para transformar la agenda pública y generar impacto real en la protección y empoderamiento de las mujeres.

En conjunto, estos artículos avanzan en la articulación de teoría, investigación empírica y metodología, al integrar enfoques interdisciplinarios, renovar marcos conceptuales y recomendar herramientas analíticas adaptadas a los desafíos de la sociedad digital. La diversidad temática y metodológica de los trabajos seleccionados refleja la riqueza y la capacidad de transformación de los estudios de género y comunicación, y ofrece un referente imprescindible para comprender y transformar las dinámicas de poder, representación y agencia en la sociedad contemporánea.

Ayopos

Acción apoyada por la Comunidad de Madrid a través del Convenio Plurianual con la Universidad Complutense de Madrid, en su línea de Estímulo a la Investigación de Jóvenes Doctores, en el marco del V PRICIT (V Plan Regional de Investigación Científica e Innovación Tecnológica). Convocatoria PR/27/21. Título: "Trazabilidad, Transparencia y Acceso a la Información: Estudio y Análisis de las dinámicas y tendencias en el campo". Referencia: PR27/21-017. Duración: septiembre 2022-diciembre 2024. Financiación de 43.744,22 euros.

Referencias bibliográficas

- Ahn, J., Kim, J., & Sung, Y. (2022). The effect of gender stereotypes on artificial intelligence recommendations. *Journal of Business Research*, 141, 50–59. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.12.007>
- Banet-Weiser, S. (2021). Misogyny and the politics of misinformation. In G. Titley, T. F. E. Bartlett, & J. Bright (Eds.), *The Routledge Companion to Media Disinformation and Populism* (pp. 211–221). Routledge.
- Budgeon, S. (2021). Making feminist claims in the post-truth era: The authority of personal experience. *Feminist Theory*, 22(2), 248–267. <https://doi.org/10.1177/1464700120988638>
- Budgeon, S. (2022, July 21). The personal is problematic: Feminist politics, the post-truth era, and the culture wars. *Illiberalism Studies Program, George Washington University*. <https://www.illiberalism.org/the-personal-is-problematic-feminist-politics-the-post-truth-era-and-the-culture-wars/>
- D'Ignazio, C., & Klein, L. (2023). The false binary of reason and emotion in data visualisation. In *Data Feminism* (pp. 193–207). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780192889898.003.0012>

- Fallarás, C. (2024). *No publiques mi nombre*. Siglo XXI Editores.
- Franco, Y. G., & Bernárdez, A. (2023). *Misoginia online: La cultura de la manosfera en el contexto español*. Tirant lo Blanch.
- Fricker, M. (2007). *Epistemic injustice: Power and the ethics of knowing*. Oxford University Press.
- Fuchs, C. (2017). From digital positivism and administrative big data analytics towards critical digital and social media research! *European Journal of Communication*, 32(1), 37-49. <https://doi.org/10.1177/0267323116682804>
- Galpin, C., & Vernon, P. (2023). Post-truth politics as discursive violence: Online abuse, the public sphere and the figure of 'the expert'. *The British Journal of Politics and International Relations*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1177/13691481231202641>
- Haraway, D. (1988). Situated knowledges: The science question in feminism and the privilege of partial perspective. *Feminist Studies*, 14(3), 575-599. <https://doi.org/10.2307/3178066>
- Harding, S. (1992). Rethinking standpoint epistemology: What is "strong objectivity?" *The Centennial Review*, 36(3), 437-470. <http://www.jstor.org/stable/23739232>
- Harsin, J. (2018). Post-truth populism: The French anti-gender theory movement and cross-cultural similarities. *Communication, Culture & Critique*, 11(1), 35-52. <https://doi.org/10.1093/ccc/tcx017>
- Newstead, T., Eager, B., & Wilson, S. (2023). How AI can perpetuate – or help mitigate – gender bias in leadership. *Organizational Dynamics*, 52(4), Article 100998. <https://doi.org/10.1016/j.orgdyn.2023.100998>
- Paris, B., & Donovan, J. (2019). Deepfakes and cheap fakes. *Data & Society*. <https://datasociety.net/library/deepfakes-and-cheap-fakes/>
- Read, B. (2018). Truth, masculinity and the anti-elitist backlash against the university in the age of Trump. *Teaching in Higher Education*, 23(5), 593-605. <https://doi.org/10.1080/13562517.2018.1457636>
- Salah Boussen, D., Denis, J.-B., Simeone, P., Lagier, D., Bruder, N., & Velly, L. (2023). ChatGPT and the stochastic parrot: Artificial intelligence in medical research. *British Journal of Anaesthesia*, 131(4), e120–e121. <https://doi.org/10.1016/j.bja.2023.06.065>
- Ylä-Anttila, T. (2018). Populist knowledge: 'Post-truth' repertoires of contesting epistemic authorities. *European Journal of Cultural and Political Sociology*, 5(4), 356-388. <https://doi.org/10.1080/23254823.2017.1414620>

Nota: Las opiniones, ideas y conclusiones expresadas en los artículos publicados en esta revista son responsabilidad exclusiva de sus autores y autoras. Como coordinadores y equipo editorial al completo, no compartimos ni respaldamos, necesariamente, las posturas, interpretaciones o resultados presentados en los trabajos aceptados. La revista actúa como un espacio plural para el intercambio académico y científico, sin que ello implique la adopción de alguna de las perspectivas vertidas en los textos.